SERVICES ALIMENTAIRES

ENQUÊTE SUR L'APPROVISIONNEMENT EN FRUITS ET LÉGUMES

Québec

SERVICES ALIMENTAIRES

ENQUÊTE SUR L'APPROVISIONNEMENT EN FRUITS ET LÉGUMES

Ministère
de l'Agriculture,
des Pêcheries
et de l'Alimentation
Québec

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
3e trimestre 2003
2-550-41239-7

03-0145

106-06228/

SERVICES ALIMENTAIRES

ENQUÊTE SUR L'APPROVISIONNEMENT EN FRUITS ET LÉGUMES

Nous tenons à remercier les intervenants et intervenantes qui ont rendu possible la réalisation de cette étude portant sur l'approvisionnement en fruits et légumes des services alimentaires. Nos remerciements s'adressent tout particulièrement à Mmes Suzelle Morin et Suzanne Pilote qui ont favorisé le déroulement de ce stage professionnel en économie et gestion agroalimentaires.

DIRECTION DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES ET D'APPUI AUX FILIÈRES

Mme Dominick Pageau (stagiaire)	⇨	Conception, rédaction et recherche
M. Michel Marquis et Mme Suzelle Morin	⇨	Coordination et soutien à la recherche
Mme Suzanne Pilote, M. Pierre Mongrain et M. Florent Morasse	⇨	Soutien à la recherche
Mme Céline Nicole	⇨	Soutien technique
M. Serge Picard	⇨	Conception de la couverture

DIRECTION DES COMMUNICATIONS

Mme Francine Paradis	⇨	Révision linguistique
MM. Éric Labonté, Marc Lajoie et Mme Micheline Tardif	⇨	Photographie

Nous remercions toutes les personnes qui ont contribué à cette analyse.

RESTAURATION COMMERCIALE

Mme Nicole Buchanan	⇨	Proserv inc.
M. Raymond Primeau	⇨	Cuisine Karo
Mme Michelle Lizotte	⇨	Loto-Québec

SECTEUR DE L'HÔTELLERIE

M. Daniel Lacroix	⇨	Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

SECTEUR INSTITUTIONNEL

Mme Lyne Bourget	⇨	Établissement de détention de Québec
Mme Manon Lortie	⇨	Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Mme Élaine Lévesque	⇨	Commission scolaire de Montréal
Mme Mona Lavoie	⇨	Institut de réadaptation en déficience physique de Québec
Mme Sylvie Dion	⇨	Approvisionnement Des Deux Rives
Mme Lucie Laurin	⇨	Groupe Compass
Mme Monique Drouin	⇨	Chartwells - Membre du groupe Compass Canada

SECTEUR DE LA TRANSFORMATION ET DE LA DISTRIBUTION

M. Claude Lavoie	⇨	LéguBec
M. Louis Thomas	⇨	Hector Larivée inc.
M. Richard Pelchat	⇨	Distagro

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE 7

CONTEXTE DE L'ÉTUDE 9

1. PORTRAIT DU SECTEUR DES SERVICES ALIMENTAIRES (HRI) 11

1.1. Une définition 11
1.2. Du point de vue économique 11
1.3 D'une façon plus détaillée 12
1.3.1 La restauration commerciale 12
1.3.2 L'hôtellerie 12
1.3.3 Le secteur institutionnel 12
1.4 Du point de vue de la tendance actuelle de consommation 13

2. PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE, DES INTERVENANTS RENCONTRÉS ET DES LIMITES DE L'ENQUÊTE 15

3. CARACTÉRISTIQUES DE LA DEMANDE EN FRUITS ET LÉGUMES DES HRI 17

3.1. Fonctionnement du service alimentaire d'où découle la demande 17
3.2. Demande - Besoins et préoccupations (exigences de qualité) 18
3.3. Grands constats - Problématique liée à la classification des produits 20

4. RÉSEAU DE DISTRIBUTION - FORCES ET FAIBLESSES 23

4.1. Mode d'approvisionnement des HRI en fruits et légumes par sous-secteur 23
4.2. Solution de rechange aux procédés de soumission traditionnels 24
4.3. Grands constats - Importance du service 25

5. APPROVISIONNEMENT EN FRUITS ET LÉGUMES QUÉBÉCOIS 27

5.1. Problématiques soulevées et forces perçues 27
5.2. Potentiel et produits en demande 28

CONCLUSION 31

BIBLIOGRAPHIE 33

Annexe 1 - Guide d'entrevue - Services alimentaires 35
Annexe 2 - Guide d'entrevue - Distributeurs des HRI 43
Annexe 3 - Organigramme de la distribution des fruits et légumes dans les HRI 49
Annexe 4 - Tableau synthèse des constats 51

L'enquête sur l'approvisionnement en fruits et légumes, réalisée auprès d'intervenants du secteur des hôtels, restaurants et institutions (HRI), fait ressortir certains faits concernant entre autres la demande et l'approvisionnement.

LA DEMANDE :

- Utilisation d'un gros volume de fruits et légumes compte tenu des impératifs marqués concernant la santé dans le secteur institutionnel.

- Demande accrue pour des produits frais coupés dans les secteurs de la restauration et des institutions :
  - *Demande pour un mélange de brocoli et de chou-fleur frais coupés et en portions*
  - *Demande pour des bâtonnets de céleri frais coupés qui ne s'oxydent pas*
  - *Tendance aux produits emballés en portions*

- Demande accrue pour des produits surgelés dans le secteur institutionnel :
  - *Demande pour des légumes surgelés coupés en plus grosses portions (oignons, poivrons, carottes)*

- Demande pour de nouvelles variétés de produits frais (mini-légumes) dans le secteur de l'hôtellerie :
  - *Demande pour des mini-légumes avec des cœurs moins ligneux*
  - *Demande pour des fleurs comestibles au goût varié et prononcé (p. ex. : goût citronné)*

- Demande pour des choux d'hiver disponibles toute l'année dans le secteur de la restauration.

- Demande pour des aliments en purée surgelée, à un prix abordable, dans le secteur institutionnel, notamment dans les établissements de santé.

- Critères d'achat différents selon les secteurs :
  - *Constance de la qualité importante dans le secteur de la restauration*
  - *Grosseur uniforme des produits importante (p. ex. : pomme et pomme de terre)*
  - *Qualité à prix abordable*

L'APPROVISIONNEMENT :

- L'absence de normes entourant la classification des fruits et légumes pose souvent des problèmes aux intervenants dans la détermination du prix et des besoins.

- Le respect de la chaîne de froid aux étapes d'entreposage et de transport est très important (exigence HACCP).

- Les modes d'approvisionnement sont très différents selon les secteurs :
  - *Système de soumission des institutions peu attirant pour les fournisseurs*
  - *Tendance aux importations (association marque et qualité, regroupement des achats)*
  - *Hôtelierie (haut de gamme) : achats directs auprès de producteurs*

- Il y a un manque d'information sur les produits et les producteurs intéressés à fournir les fruits et légumes, par région.

AUTRES REMARQUES :

- Volonté des intervenants d'acheter québécois, mais difficulté à repérer les produits.

- Problématiques entourant les produits québécois : produits terreux, conservation de la laitue, tomates trop aqueuses, conservation des produits précoupés, goût des carottes en sols organiques.

- Forces des produits québécois : en saison, produits abordables, fraîcheur liée à la proximité, proximité des producteurs qui facilite le lien d'affaires, goût.

La consommation à l'extérieur du foyer a connu un important essor au cours de la dernière décennie. Trois facteurs ont particulièrement conditionné les habitudes des consommateurs au profit des services de restauration, soit : les contraintes de temps de plus en plus grandes, en particulier pour les femmes; l'augmentation du nombre de ménages comptant une seule personne; la diminution du taux de natalité qui a entraîné une augmentation du nombre de couples sans enfants, ceux-ci représentant une part plus grande de la clientèle de la restauration. De plus, le vieillissement de la population engendre une augmentation du nombre de repas servis dans le secteur des établissements de santé. Des changements dans les habitudes de consommation ont également pu être observés au cours de ces années. Une tendance se dégage parmi toutes, qui correspond à une préoccupation croissante pour les aliments santé, produits dans le respect de l'environnement. Le secteur des services alimentaires n'échappe pas à ces phénomènes. La restauration rapide, jusque-là reconnue pour son menu riche en lipides et en calories, est d'ailleurs à se redéfinir pour laisser une plus grande place à une alimentation dite santé, comprenant davantage de fruits et légumes. Mais les industries maraîchère et fruitière du Québec profitent-elles vraiment des possibilités offertes par cet accroissement de la demande ?

De prime abord, il appert que les approvisionnements en fruits et légumes des services alimentaires proviennent davantage de l'extérieur du Québec. Cependant très peu d'informations sont disponibles pour valider cette croyance. Le mode d'approvisionnement ainsi que les besoins en fruits et légumes des services alimentaires sont peu documentés.

Ainsi, la Direction des études économiques et de l'appui aux filières (DEEAF) du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), qui a entre autres comme mandat de réaliser des études socioéconomiques portant sur le secteur bioalimentaire, a soutenu dans le cadre d'un stage professionnel en économie et gestion agroalimentaires la réalisation d'une première étude sur la situation des approvisionnements en fruits et légumes dans le secteur des HRI, et ce, afin de permettre aux intervenants de l'industrie horticole québécoise d'évaluer le potentiel de ces marchés. Cette étude tentera de dégager certaines problématiques qui touchent le milieu et de déterminer les facteurs de réussite pour l'industrie québécoise des fruits et légumes. La démarche entreprise pour atteindre une meilleure connaissance du secteur sera d'abord présentée. Par la suite, dans une première partie, un portrait du secteur et des principales tendances fera la lumière sur ce qui pourrait être des possibilités de marchés pour les fruits et légumes dans l'industrie des services alimentaires. Une deuxième partie fera connaître enfin les résultats d'une enquête sur le terrain menée auprès d'intervenants du secteur des HRI, en trois parties interreliées, soit : les caractéristiques de la demande en fruits et légumes des HRI (fonctionnement du service alimentaire, exigences de qualité), leur mode d'approvisionnement en fruits et légumes et enfin, la caractérisation de leur approvisionnement en fruits et légumes québécois (problématiques soulevées, potentiel et produits en demande).

1. PORTRAIT DU SECTEUR DES SERVICES ALIMENTAIRES (HRI)

1.1 Une définition...

Les services alimentaires (HRI) constituent l'ensemble des activités offrant aux consommateurs des aliments préparés et consommés à l'extérieur de la maison par choix ou par nécessité. On subdivise généralement cette industrie, que l'on nomme communément HRI, en trois grands secteurs, soit les services commerciaux de base (Restauration commerciale), les services liés à l'hébergement (Hôtellerie) et la restauration dite collective ou non commerciale (secteur Institutionnel).

1.2 D'un point de vue économique...

Selon la Canadian Restaurant and Foodservices Association, *le Québec, qui compte 16 534 points de service, se situe au deuxième rang canadien quant au nombre d'établissements en activité dans la restauration commerciale*. De plus, la part des ventes canadiennes imputables au Québec est de l'ordre de 19 %. Toutefois, selon le *Bottin statistique de l'alimentation*, on recense au Québec, en 2001, 28 541 établissements de services alimentaires, y compris les établissements des services commerciaux connexes et de la restauration collective. Les établissements saisonniers sont également compris dans ce nombre.

Tableau 1 : Importance des sous-secteurs des HRI au Québec en 2001

Secteur*	Description	Part du marché (%)	Ventes (MM$) (en 2000)	Nombre d'établissements **
Hôtellerie (H)	- Restauration avec hébergement - Auberges et gîtes touristiques - Centres des congrès - Chaînes d'hôtels - Propriétaire indépendant	10 %	0,7	1960 (55 % du total des hôtels)
Restauration (R)	- Haut de gamme - Familiale - Populaire à thème - Rapide - Cantine - Traiteur - Débit de boisson	78 %	5,8	17 041 (27,4 % faisant partie d'une chaîne et 72,6 % d'indépendants)
Institutions (I)	- Santé et services sociaux - Éducation - Milieu carcéral - Bases militaires - Milieu de travail (cafétérias)	6 %	0,4	7 548 (72 % autogérés et 28 % en concession)

** Le secteur des distributeurs automatiques alimentaires est omis dans cette classification*
*** Comprend les établissements saisonniers*

Sources : Ministère du Conseil exécutif, Bureau du Québec à Toronto, 1995
MAPAQ, DEEAF, *Bottin statistique de l'alimentation*, édition 2002
CRFA, *Foodservice facts*, 2002

1.3 D'une façon plus détaillée...

1.3.1 La restauration commerciale

- Plus du tiers de l'argent du ménage consacré à la nourriture est dépensé en consommation hors foyer.
- *C'est le secteur des services alimentaires le plus important au Canada et au Québec.*
- *Le ménage québécois moyen a dépensé 1 415 $ en aliments et boissons au restaurant en 2000, ce qui représente une augmentation de 7,2 % par rapport à 1999. À noter qu'en 1995 on comptait au Québec 2 822 030 ménages*[1].

Le secteur de la restauration évolue néanmoins dans un contexte d'affaires difficile en raison de la variation des cycles de l'économie qui affecte les disponibilités budgétaires des consommateurs, du plus vaste choix qui leur est offert et qui les rend plus exigeants, d'une concurrence accrue avec les magasins d'alimentation offrant des mets précuisinés, ainsi que du haut taux de roulement de la main-d'œuvre et de la difficulté qu'éprouvent les établissements à trouver du personnel.

1.3.2 L'hôtellerie

- Au Québec, près de 55 % des établissements hôteliers, soit 1 960 établissements, possèdent un service de restauration.
- Certains établissements, particulièrement ceux de type haut de gamme en milieu urbain, ont des revenus de services alimentaires qui peuvent représenter jusqu'à 30 ou 50 % de l'ensemble de leurs revenus.
- *Les revenus des aliments et boissons dans les hôtels et les motels dépendent de plusieurs facteurs liés entre autres aux établissements saisonniers, au taux d'occupation en hébergement, à la localisation de l'établissement près des clientèles d'affaires ou résidentes environnantes ainsi qu'à la force du positionnement dans le marché des congrès, réunions d'affaires et événement.*[2]

1.3.3 Le secteur institutionnel

- En 2001, le réseau sociosanitaire québécois offrait 90 000 lits et places internes à 1 515 239 usagers traités durant cette année et un total de 28 929 761 jours-présence.

---

[1] Statistique Canada, Recensement de 1996, Tableau du nombre de ménages privés.
[2] -Le secteur des services alimentaires du Québec et son évolution-, Robert Janody Marketing inc., 1997, p.14.

- Statistique Canada prévoit qu'en 2021, 18 % de la population sera âgée de plus de 65 ans et qu'en 2041 cette proportion s'accroîtra davantage pour atteindre 23 %. Ainsi, *le nombre de repas servis dans les hôpitaux et les centres d'hébergement de courte et longue durée devrait s'accroître, en relation avec le vieillissement de la population.*
- Les services alimentaires dans les milieux carcéraux devraient connaître une croissance modeste, principalement en raison d'une tendance à la baisse du nombre de détenus.

1.4 Du point de vue de la tendance actuelle de consommation...

Les consommateurs désirent de plus en plus manger bien et manger mieux. Les quatre composantes de la tendance de consommation sont actuellement : le plaisir (sophistication, variété, terroir, exotisme); la praticité (facilité et gain de temps, nomadisme, grignotage); la santé et la forme (préservation du capital santé, sécurité et naturalité, bien-être et apparence, minceur et nutrition); l'éthique (environnement et écologie)[3]. *Ces facteurs pourraient avoir un impact sur la demande de fruits et légumes des services alimentaires en particulier en ce qui concerne la quantité et la variété.*

[3] « Les attentes du secteur HRI au SIAL 2002 », *Revue HRI*, janvier 2003, p. 20.

2. PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE, DES INTERVENANTS RENCONTRÉS ET DES LIMITES DE L'ENQUÊTE

Pour connaître les besoins, les exigences et les perceptions des intervenants du secteur des HRI en matière de fruits et légumes, une enquête sur le terrain a été réalisée. Douze entrevues dirigées ont été faites à l'intérieur de cinq semaines auprès de différents intervenants influents. Lors de ces rencontres, menées de personne à personne, un guide d'entrevue a été utilisé afin de diriger l'échange sur six principaux thèmes, soit : le fonctionnement du service alimentaire, la caractérisation de la demande de fruits et légumes, la décision d'achat, l'approvisionnement, les besoins futurs et finalement, les produits québécois. Les questions posées étaient de type questions ouvertes afin que toutes les informations connexes jugées pertinentes par l'intervenant puissent être recueillies.

Le choix des intervenants qui ont été consultés a été influencé par la période de temps limitée pendant laquelle devaient se dérouler les rencontres, en raison de la durée préétablie du stage d'études. Ainsi, les résultats ne peuvent être généralisés à l'ensemble de l'industrie, puisque seulement douze intervenants ont été interviewés et que, par conséquent, l'échantillon n'est pas représentatif. Au total, neuf entrevues ont été réalisées avec les intervenants des secteurs de la restauration, de l'hôtellerie et du milieu institutionnel. Le milieu de l'hôtellerie n'est que faiblement représenté dans l'échantillon en raison de la difficulté à obtenir un rendez-vous avec les responsables des approvisionnements, en l'occurrence les chefs cuisiniers. Le milieu institutionnel constitue, quant à lui, le secteur le mieux représenté dans le cadre de cette étude. Enfin, trois fournisseurs ont été interviewés afin de valider en quelque sorte les informations recueillies par les intervenants des différents services alimentaires. Malgré la non-représentativité de l'échantillon, les tendances et les problématiques soulevées par les intervenants donnent de bonnes indications sur la réalité du milieu.

Tableau 2 : **Présentation de l'échantillon**

Restauration commerciale	2 entrevues (restauration familiale et cantine)
Restauration rapide	Couvert par l'entrevue avec le distributeur-grossiste généraliste
Milieu de la santé (institutions)	2 entrevues (centre hospitalier et centrale d'achats)
Milieu carcéral (institutions)	2 entrevues (secteur provincial et fédéral)
Milieu de l'éducation (institutions)	2 entrevues (commission scolaire et gestionnaire de service)
Garde côtière et Défense nationale	Couvert par l'entrevue avec l'organisme gouvernemental fédéral
Hôtellerie	1 entrevue (hôtel exploitant un restaurant haut de gamme)
Distribution	2 entrevues (spécialisé en fruits et légumes et généraliste)
Transformation	1 entrevue (légumes frais coupés)

3. CARACTÉRISTIQUES DE LA DEMANDE EN FRUITS ET LÉGUMES DES HRI

3.1 Fonctionnement du service alimentaire d'où découle la demande

Pour bien saisir les besoins des services alimentaires, il importe d'en comprendre d'abord le fonctionnement, qui diffère dans chacun des trois secteurs.

Restauration

Diverses stratégies sont adoptées dans le secteur de la restauration commerciale afin d'assurer la gestion de la cuisine du restaurant. Alors que le propriétaire d'un établissement indépendant prend généralement en charge seul les différentes fonctions du gestionnaire de cuisine, le propriétaire d'un établissement sous enseigne s'occupe davantage de la gestion du personnel et des activités alors que les fonctions d'approvisionnement et d'élaboration du menu sont assurées par des unités désignées par la chaîne, pour la chaîne. À titre d'exemple, dans certaines chaînes de restauration, c'est un département de recherche et développement qui se charge de l'élaboration du menu. Ce département de recherche s'occupe également de tester différents produits de provenances et de caractéristiques diverses afin d'en arriver à établir précisément les critères de produits qui composent la demande de la chaîne. Dans le secteur des chaînes, comparativement au secteur des établissements indépendants, le menu est peu variable dans le temps et il ne met en valeur que quelques produits de saison spécifiques. C'est que le coût des modifications apportées au menu est plus important lorsqu'il faut en faire la réimpression pour les établissements de toute une chaîne. De plus, les conséquences sont grandes pour la chaîne lorsque les modifications ne sont pas appréciées des consommateurs.

Hôtellerie

La stratégie de gestion adoptée par le secteur de l'hôtellerie, tel qu'il est représenté dans le cadre de cette étude, repose sur la présence du chef cuisinier. À l'hôtel de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ), c'est, en effet, le chef qui est responsable à la fois de l'élaboration du menu et de l'approvisionnement. C'est lui qui établit sa demande d'après son menu, tout en ayant la possibilité de la modifier en fonction de produits qu'il aimerait y ajouter. Ainsi, le menu est très variable et il exploite beaucoup les produits de saison. Afin de suivre les préoccupations des consommateurs, le menu de l'hôtel de l'Institut prévoit d'ailleurs plusieurs portions de légumes en accompagnement à tous les repas. Il est probable que le secteur de la restauration haut de gamme adopte cette stratégie également.

Institutions

Il existe deux types de services alimentaires dans le milieu institutionnel : les services autogérés et les services en concession. Les services alimentaires autogérés se différencient de l'autre type de gestion par la participation de l'entreprise à la gestion du service alimentaire. Le service peut être autogéré par un service gouvernemental ou encore par une entreprise privée. Les services alimentaires qui sont en concession sont gérés par des traiteurs concessionnaires, par des entreprises spécialisées. Environ 72 % des revenus du milieu institutionnel le sont par le biais des services alimentaires autogérés, principalement celui de la santé et des services sociaux où 95 % environ des activités sont autogérées[4].

En ce qui concerne l'élaboration des menus, il y a dans le secteur institutionnel une forte tendance santé. Ces menus sont élaborés dans le respect du *Guide alimentaire canadien*, qui recommande de consommer 5 à 10 portions de fruits et légumes par jour. Ainsi, ce sont de gros volumes de fruits et légumes qui sont acheminés au secteur institutionnel. Le milieu scolaire de l'agglomération de Montréal a pris ces dernières années un virage nutritionnel important en adoptant une politique alimentaire. On désire ainsi assurer la bonne nutrition des élèves. Depuis trois ans, en raison de sa politique alimentaire, la Commission scolaire de Montréal n'offre plus les légumes comme un choix aux élèves, mais les inclut plutôt dans l'assiette principale. Cette nouvelle pratique a contribué à accroître le volume d'achat de fruits et légumes de cette commission scolaire de 30 %. Dans le milieu carcéral, la Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST) intervient même auprès des services alimentaires de certains établissements afin qu'ils servent des repas plus axés sur la santé, plus équilibrés.

Dans ce secteur, les menus varient grandement au cours de l'année afin d'exploiter les produits de saison, principalement pour une raison d'économie. On leur apporte des modifications une fois l'an et leur refonte complète est effectuée tous les cinq ou dix ans.

3.2 Demande - Besoins et préoccupations (exigences de qualité)

Les besoins des services alimentaires en fruits et légumes sont régis par des critères de qualité précis selon les secteurs, d'où l'importance de ne pas considérer les HRI comme un tout mais plutôt comme trois marchés bien distincts (tableau 3).

[4] - Le secteur des services alimentaires du Québec et son évolution -, Robert Janody Marketing inc., 1997, p.17.

Tableau 3 : Critères de choix pour les fruits et légumes dans les sous-secteurs des HRI

Restauration (chaînes)	Hôtellerie (resto haut de gamme)	Institutions		
		Secteur santé	Secteur carcéral	Secteur scolaire
- Constance qualité - Fermeté/apparence - Durée de vie - Goût - Facilité d'utilisation - Rapport qualité/prix	- Qualité irréprochable (fraîcheur, apparence, goût, odorat, fermeté) - Rapport qualité/prix	- Prix - Qualité - Constance qualité	- Prix - Grosseur homogène (pommes, tomates et pommes de terre)	- Rapport qualité/prix - Fraîcheur - Durée de vie - Facilité d'utilisation - Apparence - Grosseur homogène (fruits collations)

Alors que dans le secteur de l'hôtellerie les produits doivent être exempts de tout défaut, dans le milieu institutionnel, c'est le prix qui est déterminant en raison des budgets serrés dont disposent les intervenants. La grosseur uniforme des produits est également très importante pour les institutions, surtout pour les pommes et les pommes de terre qui sont souvent servies entières. Cependant, toutes les institutions n'ont pas les mêmes critères d'achat. Pour la Garde côtière par exemple, les critères les plus importants sont la qualité des produits et leur durée de vie. Il faut donc s'attarder à comprendre la demande du marché que l'on dessert. *Pour les chaînes de restauration, le critère de choix principal est la constance dans la qualité et le calibre des produits.* En effet, les produits que consomment tous les clients doivent être de qualité égale. Et ces clients doivent pouvoir être convaincus que les produits qu'on leur servira tous les jours et dans différentes succursales seront équivalents.

Restauration

Dans le secteur de la restauration, la part des achats de fruits et légumes dans le coût alimentaire total varie de 5 % pour un établissement qui en utilise moyennement, à 25 % pour un autre qui en utilise beaucoup. Cette proportion ne semble pas devoir s'accroître, selon les intervenants rencontrés qui considèrent plutôt que leur menu est relativement saturé en fruits et légumes. La composition des achats varie quant à elle d'un établissement à l'autre. *Certains utilisent beaucoup de produits frais coupés, en raison de leur facilité d'utilisation alors que d'autres préfèrent toujours le produit frais entier.* Bien que l'on observe une tendance à l'utilisation du produit frais coupé, il faut souligner que ce phénomène n'est toujours pas étendu à l'ensemble du secteur.

Hôtellerie

Dans le secteur de l'hôtellerie, tel que représenté dans l'échantillon, les achats de fruits et légumes correspondent à 10 % environ des achats alimentaires totaux. Ces achats sont composés à 95 % de produits frais et à 5 % de produits surgelés. *Les produits surgelés utilisés sont surtout composés de petits fruits (mûres, framboises, bleuets) ainsi que de maïs en grain et de petits pois, des produits que l'on considère comme étant de meilleure qualité que les produits équivalents en conserve.* Les produits en conserve semblent en effet peu appréciés pour leur diversité et leur goût si on les compare aux produits surgelés. *Dans ce secteur, comme le coup d'œil que l'on porte à l'assiette est très important, la tendance est surtout à l'accroissement de la*

variété de fruits et légumes frais utilisés. Les mini-légumes (mini-poireaux, mini-poivrons, etc.) de même que des variétés de légumes (betteraves, carottes et pommes de terre) toutes plus inusitées les unes que les autres sont d'ailleurs très présentes. Rappelons que les informations obtenues pour ce secteur doivent être utilisées avec prudence.

En ce qui a trait aux formats, les produits frais sont achetés soit à la caisse ou encore à l'unité. Pour la majorité des établissements de services alimentaires, il est très important que les fournisseurs offrent la possibilité d'acheminer les produits sous différents formats.

Institutions

Dans ces établissements, la part des achats alimentaires que représentent les fruits et légumes peut varier de 13 % dans le milieu carcéral à 27 % dans le milieu de la santé. *La tendance est à l'utilisation des produits surgelés et frais coupés en raison d'une économie de main-d'œuvre, mais également en raison de la plus grande stabilité dans une année des prix de ces produits si on les compare aux produits frais. Toutefois, dans le milieu scolaire, on remarque une augmentation des produits frais en raison de l'existence d'un programme de collations.* Pour le secteur scolaire de l'échantillon, les achats se détaillent en 80 % de produits frais et 20 % de produits en conserve et surgelés.

Dans le secteur de la santé, les achats s'établissent comme suit : 35 % de produits en conserve, 30 % de produits frais, 25 % de produits frais coupés, 9 % de produits surgelés et 1 % de produits déshydratés. Les produits déshydratés sont surtout composés de pommes de terre en flocons ou en granules. *Cette tendance à l'utilisation de la pomme de terre déshydratée est d'ailleurs assez répandue même dans le secteur de la restauration en raison des nombreuses manipulations que nécessite la pomme de terre fraîche avant de pouvoir être transformée en purée.*

De plus, dans la conserve, ce sont les formats institutionnels qui sont utilisés, mais, également, les formats maison en raison de leur facilité d'utilisation (poids moindre) et des capacités d'entreposage limitées dans certains établissements. Enfin, *les intervenants semblent bien apprécier les produits appertisés offerts en sac plutôt qu'en boîte ainsi que les produits surgelés offerts en sac avec ouverture refermable de type « Ziplock ».*

3.3. Grands constats - Problématique relative à la classification des produits

En raison de profondes différences dans leurs modes de gestion et de service, les entreprises desservant les HRI se doivent de considérer et de servir les restaurants et les institutions selon des approches distinctes. *Le secteur institutionnel doit composer avec des marges de profit très réduites, ce qui favorise l'offre axée sur les bas prix. On considère également que la variété est l'apanage des institutions alors que le restaurant propose un menu plus stable. De plus, offrir une bonne nutrition demeure l'objectif principal en milieu institutionnel alors que la présentation y est plutôt*

secondaire. À l'opposé, pour le secteur de la restauration, l'aspect visuel de l'assiette est très important[5].

Une problématique qui a été soulevée par plusieurs des intervenants rencontrés concerne l'absence quasi totale de normes concernant la classification des fruits et légumes. **Outre la norme Canada N° 1, l'industrie n'a pas élaboré de critères précis facilitant les échanges commerciaux avec ce secteur. Cette lacune se fait sentir surtout quant vient le temps d'établir les besoins et de déterminer les prix à payer. Il devient difficile d'associer le prix et la qualité d'un produit. Aussi, afin d'obtenir satisfaction, les intervenants se basent sur des marques, telles que *Chiquita* ou *Dôle*, pour certains produits frais importés ainsi que pour les produits surgelés et en conserve. Selon eux, ils ne peuvent compter sur un tel système pour les produits frais québécois.**

[5] - Analyse du marché des HRI en Ontario, Connexion-Québec-Toronto -, p. 9.

4. Réseau de distribution - forces et faiblesses

4.1 Mode d'approvisionnement des HRI en fruits et légumes par sous-secteur

Sur le plan de l'approvisionnement, il semble que la tendance à la réduction du nombre de fournisseurs (« *one stop shopping* ») est belle et bien présente dans le secteur des services alimentaires en raison du peu d'employés affectés à la réception des livraisons.

Restaurants

Dans le secteur de la restauration, les chaînes centralisent de plus en plus leurs achats au moyen d'une centrale d'achats. Certaines chaînes possèdent d'ailleurs leur propre filiale d'approvisionnement, c'est-à-dire qu'elles gèrent un centre de distribution où sont acheminés la majorité des produits avant d'être redirigés vers les restaurants affiliés. Ainsi, on note la présence d'un acheteur principal qui a la responsabilité de négocier les achats pour l'ensemble de la chaîne de restauration. *Ce marché est difficile à pénétrer et très exigeant puisqu'il faut fournir l'ensemble des restaurants de la chaîne à un rapport qualité-prix très compétitif.* Cette stratégie d'approvisionnement permet de limiter les livraisons aux établissements, mais également de faire un premier contrôle sur les produits sur le plan de la qualité. Toutefois, il demeure une portion importante de produits en livraison directe, surtout des produits frais hautement périssables tels que la viande et les fruits et légumes.

Hôtellerie

Le secteur de l'hôtellerie, quant à lui, particulièrement le secteur de la restauration gastronomique, jumelle l'achat auprès de distributeurs-grossistes spécialisés en fruits et légumes à l'achat direct auprès de producteurs spécialisés avec lesquels il conclut des ententes de production. En 1995, une étude effectuée par la firme Robert Janody Marketing sur la compétitivité de l'industrie des services alimentaires évaluait à 23 % la part des achats directs dans la chaîne d'approvisionnement des établissements, essentiellement auprès de transformateurs. C'est ce mode d'approvisionnement qui fait du secteur de l'hôtellerie, comprenant les hôtels, les auberges et les gîtes touristiques, *un secteur facilement pénétrable par les produits régionaux.* La présence d'un chef cuisinier fait toute la différence. Ainsi, la restauration haut de gamme pourrait être considérée en soi comme un secteur présentant un potentiel intéressant pour les producteurs québécois de spécialités. Toutefois, pour s'assurer de débouchés sur ces marchés, il faudrait accroître et soutenir les efforts de promotion des produits. *Les intervenants rencontrés, dans le cadre de la présente étude, signalaient leur besoin d'un guide des produits et producteurs par région, afin de faciliter la création d'un réseau d'affaires entre les producteurs et les chefs cuisiniers des différents hôtels.*

Institutions

Le mode de pénétration du secteur institutionnel est différent de celui du secteur de la restauration. Toutefois, tout comme dans le secteur des chaînes de restaurants, ce ne sont pas les établissements qui contrôlent individuellement leurs achats. Les achats sont pris en charge par les ministères, pour le milieu carcéral et celui de la santé, et par la commission scolaire ou encore par un gestionnaire de service, pour le milieu scolaire.

Les achats publics se font obligatoirement par soumissions ou appels d'offres. Pour les établissements de soins de santé, on remarque que les achats de produits frais et frais coupés sont négociés par des appels d'offres individuels pour chacun des établissements. Les produits en conserve et surgelés sont quant à eux négociés, toujours par appels d'offres, pour l'ensemble des établissements d'une région, par une corporation d'approvisionnement. Les fournisseurs qui veulent soumissionner auprès des corporations d'approvisionnement doivent être accrédités par celles-ci au préalable. Pour les établissements de détention provinciaux, les appels d'offres sont propres à chaque établissement et sont séparés comme suit : un pour les fruits et légumes frais, un pour les légumes frais coupés et un pour les produits d'épicerie dans lesquels sont inclus les fruits et légumes en conserve et surgelés. Les appels d'offres pour les fruits et légumes frais et frais coupés sont mensuels. La fréquence des appels d'offres pose un problème dans le sens où l'approvisionnement est ainsi très instable. *Le fournisseur ne peut jamais prétendre qu'il est là pour rester, peu importe si le service qu'il offre est bon, puisque seul le prix offert est évalué lors de la soumission.* Malgré son volume d'achat important, le marché paraît peu intéressant pour les fournisseurs.

Dans le milieu scolaire, la procédure est un peu différente. Les contrats sont également accordés par appels d'offres au plus bas soumissionnaire pour les fruits et légumes en conserve et surgelés, et les prix sont alors fixés pour un an ou deux. Toutefois, les établissements autogérés ne procèdent pas par appels d'offres pour les fruits et légumes frais. Les achats sont toujours négociés auprès des trois mêmes fournisseurs principaux et les écoles choisissent celui des trois qui les approvisionnera.

4.2 Solution de rechange aux procédés de soumission traditionnels - L'exemple de Restos du casino inc.

L'opinion de l'industrie est souvent que les intervenants institutionnels pourraient mieux soutenir les entreprises d'ici, mieux servir la clientèle tout en faisant leurs frais s'ils repensaient certaines façons de faire.

L'objectif poursuivi par l'utilisation du système de soumission est d'offrir une chance égale à tous les fournisseurs d'approvisionner les établissements de détention et de santé, mais aussi pour ces derniers d'obtenir les meilleurs prix. Or il semble que cet objectif soit loin d'être atteint puisque les intervenants du secteur institutionnel, particulièrement ceux du milieu carcéral, ont de la difficulté à trouver des soumissionnaires étant donné que le seul critère de choix est le prix. En effet, on constate malheureusement qu'avec ces façons de faire, on tient peu compte des critères liés à la qualité des produits fournis aux établissements, et ce, au grand déplaisir des responsables des services alimentaires.

Les restaurants des casinos de Montréal, Lac-Leamy et Charlevoix utilisent également un processus de soumission, mais celui-ci ne décourage pas les fournisseurs de soumissionner. La différence majeure du système de Loto-Québec est que le prix ne constitue pas le seul critère sur lequel sont basées les soumissions des fournisseurs. Il importe de souligner que les approvisionnements des restaurants qui proposent une cuisine plus haut de gamme, tels que le Nuance à Montréal et le Bacara à Lac-Leamy, sont exclus du système de soumission et sont traités de manière indépendante. Pour tous les autres restaurants, les appels d'offres sont faits pour une durée de deux ans. À une date fixée au préalable, tous les fournisseurs intéressés à approvisionner les restaurants des casinos livrent un panier de produits prédéterminés. Par la suite, un comité formé des chefs et des sous-chefs se réunit afin d'évaluer chacun de ces paniers selon différents critères. Une pondération est alors attribuée à chacun des critères selon le degré d'importance qu'on lui accorde. Ainsi, chaque fournisseur obtient une cote en fonction de sa performance sur la grille totale des critères. Ces critères concernent principalement la disponibilité des produits demandés, l'expérience du fournisseur et le service qu'il fournit, la fraîcheur, la variété, le prix et le contrôle de la qualité effectué par le fournisseur, ce qui inclut les procédés de contrôle tels que le tri manuel et les équipements d'entreposage. Malgré les exigences qui se rattachent au procédé, certains fournisseurs le trouvent plus équitable.

4.3 Grands constats - Importance du service

On constate ainsi que les services alimentaires utilisent trois modes d'approvisionnement principaux. Alors que le système de soumission est principalement utilisé dans le milieu institutionnel et que le secteur de l'hôtellerie jumelle l'achat auprès de distributeurs-grossistes spécialisés en fruits et légumes à l'achat direct auprès de producteurs spécialisés, le secteur des chaînes de restauration utilise davantage la centralisation des achats pour toute la chaîne par négociation avec un distributeur-grossiste généraliste.

La qualité du service offert par les fournisseurs est importante pour tous les intervenants rencontrés, et peut même être déterminante dans le choix d'un fournisseur. La qualité du service est souvent synonyme de flexibilité des heures de livraison et de la possibilité d'acheter des produits réemballés afin de s'adapter à la quantité demandée par l'établissement. De plus en plus, la norme HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) devient un critère de choix de ces fournisseurs, puisque celle-ci apporte une garantie quant à la salubrité des produits. En effet, cette norme assure entre autres le respect de la chaîne de froid de l'entreposage au transport, ce qui est très important pour garantir au produit une durée de vie acceptable ainsi qu'une fraîcheur satisfaisante. Par ailleurs, dans le milieu des services alimentaires, de plus en plus d'intervenants voient eux-mêmes à ce que le transporteur respecte la chaîne de froid en veillant à ce que la température des produits soit prise à leur arrivée.

Dans le secteur de la restauration commerciale, contrairement au secteur institutionnel, on note une tendance à la fidélité à un fournisseur, à la stabilité d'approvisionnement. Le fournisseur qui connaît bien les besoins de son client et qui est donc toujours en mesure de lui offrir le produit qui lui convient le mieux y est encouragé. La qualité du service est réellement la clé du succès pour tous les fournisseurs, qu'ils soient grossistes, producteurs ou fabricants.

5. Approvisionnement en fruits et légumes québécois

On remarque généralement une volonté, de la part des établissements, d'acheter québécois. Cependant, on note que les intervenants peuvent difficilement évaluer la proportion des produits achetés provenant du Québec, puisque ceux-ci n'ont que peu de contrôle sur la provenance des produits que leur livrent les distributeurs-grossistes. Toutefois, bien que la provenance ne semble pas être un critère de choix dans la plupart des cas, tous les intervenants ont une opinion sur les produits québécois, parfois bonne, parfois mauvaise. Certains intervenants ont une opinion tellement mauvaise des produits québécois qu'ils vont même jusqu'à inciter leurs fournisseurs à ne pas leur livrer de fruits et légumes en provenance du Québec.

5.1 Problématiques soulevées et forces perçues

Tableau 4 : **Problématiques liées aux produits québécois selon les intervenants rencontrés**

	Restauration (chaînes)	Hotellerie (haut de gamme)	Institutions	Distributeurs
CONSERVATION	Laitue romaine et produits précoupés	-	Laitue et produits précoupés	Durée de conservation moindre en général
FERMETÉ	Tomate trop aqueuse	-	-	-
PROPRETÉ	Laitue	-	Laitue	-
GOÛT	Carotte de sol organique	-	-	-
EMBALLAGES	-	-	-	Boîte en bois et en carton non ciré non adéquate

De prime abord, plusieurs des problématiques mentionnées ont un lien direct avec le contenu en eau des produits (tableau 4). On pense à la conservation des laitues et des produits précoupés, ainsi qu'a la fermeté des tomates. En ce qui concerne les produits précoupés qui présentent des problèmes de conservation, les laitues ont été mentionnées, de même que les céleris et les oignons. Pour la tomate, la problématique soulevée par le secteur de la restauration est liée aux équipements utilisés en cuisine pour la trancher, à la fermeté du produit qu'ils requièrent. Afin de remédier à ces problèmes de contenu en eau, il y a lieu de se demander si les variétés cultivées sont adéquates compte tenu de la demande.

En ce qui a trait à la propreté, les commentaires recueillis sont que les produits québécois sont plus terreux que les mêmes produits d'autres provenances. Les intervenants des HRI souhaiteraient que les producteurs puissent s'organiser afin de livrer un produit lavé, qui requerrait ainsi moins de manipulation en cuisine.

La seule problématique qui a été soulevée quant au goût concerne la carotte. Il semble que la carotte cultivée en sol minéral soit meilleure au goût que la carotte cultivée en sol organique.

Les distributeurs ont également soulevé le problème de l'emballage des produits. Alors que la boîte de carton ciré est majoritairement utilisée par les producteurs de toutes provenances, il semble que cette pratique ne soit pas généralisée à l'ensemble des producteurs québécois. Un effort de standardisation des emballages pourrait être envisageable à cet égard.

Malgré ces faiblesses, il est important de mentionner que des forces ont aussi été reconnues. Ainsi, le prix abordable des produits québécois en saison constitue un avantage, surtout dans un contexte où le prix de l'assiette est soigneusement calculé dans la plupart des services alimentaires. De plus, la fraîcheur des produits, liée à la proximité des marchés, confère l'avantage du goût aux produits québécois. Cette proximité facilite la création de relations d'affaires entre les producteurs et les responsables des approvisionnements des services alimentaires, ce qui permet un certain niveau d'achats directs, sans intermédiaires, dans le plus grand intérêt de chacune des parties.

5.2 Potentiel et produits en demande

Au cours des entrevues, certains besoins des services alimentaires ont été mentionnés. Ces besoins constituent de bonnes possibilités de marché pour qui saura y répondre (tableau 5).

Tableau 5 : Besoins mentionnés par les intervenants rencontrés

	Restauration (chaînes)	Hôtellerie (restaurant haut de gamme)	Institutions		
			Secteur santé	**Secteur carcéral**	**Secteur scolaire**
PRODUITS PRÉCOUPÉS	- Bâtonnets de céleri qui ne s'oxyde pas	-	-	- Meilleure conservation	- Légumes en portions collations autres que carottes
PRODUITS SURGELÉS	-	-	- Purée de légumes - Brocoli surgelé texture non caoutchouteuse	-	- Légumes coupes plus gros (style fajitas)
PRODUITS FRAIS	- Choux d'hiver disponibles toute l'année	- Mini-légumes cœurs moins ligneux - Fleurs comestibles goût prononcé (p. ex. citronné)	-	-	-
EMBALLAGES EN PORTIONS	- Mélange brocolis et choux-fleurs portions assiette	-	-	-	-

Entre autres, il y a une demande accrue pour les *emballages en portions*. Ce type d'emballage pourrait être exploité pour différents produits frais coupés et surgelés. Pour ce qui est des *produits frais coupés*, les besoins résident en une *amélioration de leur qualité* et en un *accroissement de la variété offerte*. La Commission scolaire de Montréal (CSM) notamment exprime un *très grand* et *urgent* besoin de légumes frais coupés de toutes sortes (autres que la carotte) pour son programme de collations. La CSM désirerait offrir, entre autres, des bouquets de brocoli et de chou-fleur mélangés, emballés dans un emballage individuel. Le volume demandé n'étant pas négligeable, ce besoin correspond à une possibilité de marché des plus intéressantes.

En ce qui concerne les *produits surgelés*, la CSM aimerait des *coupes de légumes plus grosses* de style « fajitas », surtout des oignons, carottes et poivrons en lanières. Au Centre François-Charron, on exprime un besoin pour des *produits en purée surgelée* à un prix abordable. On propose même l'idée de mouler les produits pour qu'ils aient l'aspect du produit initial, par exemple de la purée de carottes façonnée en forme de carottes. Les aliments en purée dans les centres hospitaliers représentent un gros volume d'achat. C'est que ce type de produits répond aux besoins de personnes présentant des troubles de déglutition de toutes sortes.

À l'hôtel de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, on souhaiterait des *mini-légumes* présentant un cœur moins ligneux. On pourrait peut-être développer des variétés en ce sens. L'ITHQ exprimait également un besoin en fleurs comestibles ayant des goûts différents et améliorés; il mentionnait notamment une variété présentant un goût citronné. Il y a donc place pour la créativité! Ainsi donc, si l'on constate la croissance des achats de fruits et légumes des services alimentaires au cours des prochaines années, il est à prévoir que cette croissance touchera plus les variétés que les quantités.

De plus en plus, les gens se préoccupent de leur santé, ce qui les pousse à manger davantage de fruits et de légumes. Ainsi, il y a bel et bien une tendance à la croissance des achats de fruits et légumes dans le secteur des HRI, en quantité et en diversité. Quoi qu'il en soit, un effort d'organisation de l'offre et de communication entre les intervenants de l'offre et de la demande reste à faire pour que les produits québécois soient plus représentés dans le marché des HRI. De même, les producteurs et transformateurs auraient avantage à faire une plus grande promotion auprès de l'industrie des HRI afin de lui faire connaître leurs produits et la qualité de ceux-ci.

Ce que l'on remarque, c'est que les modes d'approvisionnement des HRI sont parfois un frein à l'entrée des produits québécois dans ce secteur. On pense, entre autres, au milieu institutionnel, auprès duquel des actions seraient souhaitables afin d'améliorer le système de soumission. La restauration, quant à elle, tend de plus en plus à centraliser ses achats; ainsi les interventions de promotion devraient être concentrées au niveau des distributeurs-grossistes qui les approvisionnent. En contrepartie, le système d'achats directs utilisé par les chefs cuisiniers facilite la pénétration des produits québécois et favorise la création d'un lien privilégié entre le producteur et l'artisan. Toutefois, les intervenants de l'hôtellerie ont parfois de la difficulté à dénicher des fournisseurs potentiels.

Finalement, l'erreur serait de prendre le marché des HRI comme un tout alors qu'il constitue en fait trois marchés bien distincts, soit la restauration, l'hôtellerie et les institutions. Encore là, dans chacun de ces secteurs, les différences sont sans aucun doute marquées entre les différents types d'établissements. L'important, répétons-le, c'est de s'attarder à bien comprendre, dans toute sa complexité, le marché que l'on dessert afin de se garantir des relations d'affaires stables.

DOCUMENTS

- Agriculture et Agroalimentaire Canada, « Rapport sur les 100 aliments les plus importants », 1999.

  Berthiaume, Fenocchi, Fortin, Frenette, Havart, Thyreau, *L'industrie des fruits et légumes au Québec, prospective : horizon 2012*, 2002, 100 pages.

- L'Observateur, « Analyse de l'industrie québécoise des services alimentaires », Rapport d'étude, octobre 2002, 64 pages.

- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, « Les services alimentaires : un menu diversifié à découvrir », *Bioclips+ - Réflexion sur le monde bioalimentaire*, vol. 5 , n° 1, février 2002.

- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, « Les services alimentaires : un menu diversifié à découvrir », *Bioclips+ - Réflexion sur le monde bioalimentaire* (version préliminaire), 2002.

- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, « Les distributeurs spécialisés en alimentation : un monde à découvrir », *Bioclips+ - Réflexion sur le monde bioalimentaire*, vol. 1, n° 4 . octobre 1998.

- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, *Bottin statistique de l'alimentation*, édition 2002, 120 pages.

- Ministère du Conseil exécutif, Bureau du Québec à Toronto, « Analyse du marché des HRI en Ontario, Connexion-Québec-Toronto », 1999, 10 pages.

- Robert Janody Marketing inc., « Le secteur des services alimentaires du Québec et son évolution », 1997, 46 pages

- Statistique Canada, « La concurrence dans les services de restauration durant les années 90 », juillet 2000, Série d'études analytiques n° 32, 21 pages.

- Statistiques Canada, « Consommation des aliments au Canada », Catalogue n° 32-230-XPB, partie II, 2000

- Statistiques Canada, « Consommation des aliments au Canada », Catalogue n° 32-230, partie II, 2001.

- Statistiques Canada, « Enquête sur les dépenses alimentaires au Canada », Catalogue n° 62-554-XIF, 2001.

PÉRIODIQUES

- Canadian Restaurant and Foodservices Association, « Faits saillants 2002, Données sur les services alimentaires canadiens », *HRI*, juillet 2002, p. 19.

- « Fruits et légumes importés », *L'Alimentation*, novembre 2002, p 24.

- « Les attentes du secteur HRI au SIAL 2002 », *HRI*, janvier 2003, p. 20.

SITES WEB

- Association québécoise de la distribution des fruits et légumes, http://www.aqdfl.ca/, janvier 2003.
- Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des aliments, « Tableau de comparaison entre le Canada et les Etats-Unis - Consommation apparente par personne des produits sélectionnés », http://www.agr.ca/aliments/consumer/statistics/vegetables_f.html, janvier 2003.

ANNEXE 1 - Guide d'entrevue - *Services alimentaires*

SECTION 1 : Description de l'entreprise

Entreprise : _____

Date de la rencontre : _____

Personne rencontrée : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____

Heure de début : _____ Heure de fin : _____ N° de questionnaire : _____

SECTION 2 : But de la rencontre

Cerner les besoins et les attentes du réseau des services alimentaires en matière d'approvisionnement en fruits et légumes, frais et transformés, ainsi que mieux connaître les sources d'approvisionnement.

SECTION 3 : Questionnaire

1. ÉVALUATION DES POSSIBILITÉS DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

** Commencer l'entrevue en s'informant sur le fonctionnement général du service alimentaire de l'organisation et sur le fonctionnement général de l'organisation elle-même.*

1. Quels repas de la journée votre établissement sert-il ? Déjeuner ○ Dîner ○ Souper ○

2. Quel est le coût moyen d'un repas ?

   Déjeuner : _____ Dîner : _____ Souper : _____

3. Quelle est la part des fruits et légumes dans ce coût ?

   Déjeuner : _____ Dîner : _____ Souper : _____

4. Dans votre menu, quelle est la proportion des repas comprenant des fruits et légumes ?

   _____

5. Servez-vous des plats principaux composés majoritairement de légumes (p. ex. : une salade repas) ? Quelle proportion des fruits et légumes que vous servez représentent-ils par rapport aux accompagnements ? _____

   _____

6. Dans votre établissement, qui est responsable de l'élaboration du menu ? _____

   _____

7. À quelle fréquence généralement apportez-vous des modifications au menu ?

___] Plus d'une fois par mois

___] Une fois par mois

___] Une fois par six mois

___] Une fois par année

___] Au besoin

_____

8. Quelles sont les raisons qui vous incitent à modifier le menu ?

_____

_____

_____

9. Dans votre établissement, qui est responsable des achats ? _____

_____

10. La personne qui effectue les achats a-t-elle l'entière autonomie d'achat ?

Oui ☐ Non ☐

Si non, quelle formule est appliquée ?

___] Achat de groupe/participation volontaire

___] Achats regroupés à l'intérieur de la compagnie/obligatoire

___] Autres (spécifier) : _____

2. DEMANDE

11. Pourriez-vous nous renseigner sur :

- la proportion de votre volume annuel d'achat d'aliments à laquelle correspondent vos achats de fruits et légumes en valeur :

5 % ☐ 10 % ☐ 15 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ Autre ☐

Y a-t-il eu une évolution de cette proportion au cours des cinq dernières années?

☐ Forte croissance ☐ Forte décroissance ☐ Stable

☐ Faible croissance ☐ Faible décroissance

À titre indicatif :

- votre volume annuel approximatif d'achat de fruits _____

- votre volume annuel approximatif d'achat de légumes _____

12. D'après vous, quelles sont les tendances d'utilisation à moyen terme ?

	Croissance	Décroissance
Utilisation de légumes frais	☐	☐
Utilisation de légumes transformés	☐	☐
Utilisation de fruits frais	☐	☐
Utilisation de fruits transformés	☐	☐

Tout autre commentaire : _____

_____

_____

13. Quelle proportion de vos achats mensuels en fruits et légumes va aux produits frais, surgelés, en conserve et frais coupés ?

Produits frais

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits surgelés

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits en conserve

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits frais coupés

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Ces proportions représentent-elles vos préférences quant au type de préparation de fruits et légumes ?

Surgelés ☐ Conserve ☐ Frais coupé ☐ Autre _____

_____

Pour quelle raison préférez-vous ce type de préparation ?

Goût ☐ Prix ☐ Commodité ☐ Autre _____

_____

14. Quels produits utilisez-vous le plus en proportion de vos achats de fruits et de légumes ?

Légumes	Frais	Surgelés	Conserve	Frais coupés
Pommes de terre	☐	☐	☐	☐
Tomates	☐	☐	☐	☐
Oignons	☐	☐	☐	☐
Laitues	☐	☐	☐	☐
Carottes	☐	☐	☐	☐
Choux-fleurs	☐	☐	☐	☐
Choux	☐	☐	☐	☐
Brocoli	☐	☐	☐	☐
Autres crucifères	☐	☐	☐	☐
Légumes exotiques	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐

Fruits	Frais	Surgelés	Conserve	Frais coupés
Pommes	☐	☐	☐	☐
Agrumes	☐	☐	☐	☐
Bananes	☐	☐	☐	☐
Petits fruits	☐	☐	☐	☐
Fruits tendres	☐	☐	☐	☐
Fruits exotiques	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐

Pouvez-vous décrire les fruits et légumes exotiques que vous achetez ?

Légumes exotiques : _____

_____

Fruits exotiques : _____

_____

15. Qu'est ce qui facilite votre travail? Quels sont vos besoins en matière de fruits et légumes frais coupés (prélavés, précoupés [cubes, tranches, bâtonnets], précuits, etc.) ?

_____

_____

16. Quels types de formats et d'emballage de fruits et légumes privilégiez-vous (format institutionnel, portion individuelle) ? Les formats actuels sont-ils adéquats ?

_____

_____

17. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas plus de quantités **(a)** et de variétés **(b)** de fruits et de légumes ?

(a)	(b)	
___	___	Je n'ai pas assez de recettes ou d'utilisations
___	___	Le coût par portion est trop élevé
___	___	Mes clients n'en demandent pas davantage
___	___	Je ne peux pas en trouver d'assez bonne qualité à un prix abordable
___	___	Le temps de préparation est trop long
		Autres _____

18. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas davantage de fruits et de légumes frais ?

☐ Disponibilité ☐ Temps de préparation ☐ Coût/portion

☐ Fragilité ☐ Aspect phytosanitaire

_____

_____

_____

19. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas davantage de fruits et de légumes transformés ?

☐ Saveur ☐ Aspect ☐ Coût/portion ☐ Disponibilité

_____

_____

_____

3. FACTEURS INFLUENÇANT LA DÉCISION D'ACHAT DES SERVICES ALIMENTAIRES

20. Quels sont les principaux facteurs qui influencent votre décision d'achat de fruits et légumes, en ordre d'importance ?

___ Les choix du regroupement d'achat ou de la compagnie
___ Le goût des clients
___ La qualité
___ La provenance
___ Le coût par portion
___ Les disponibilités du marché
___ La qualité du service des fournisseurs
___ Augmentation de la valeur nutritive de l'assiette
___ Présentation de l'assiette

Autres _____

_____

21. Quels sont vos principaux critères de qualité des fruits et légumes, en ordre d'importance ?

- ___ L'apparence
- ___ La facilité d'utilisation
- ___ La durée de conservation du produit
- ___ La fermeté
- ___ La fraîcheur
- ___ Le goût
- ___ La grosseur homogène
- ___ L'innocuité (sans pesticides, sans agents pathogènes)
- ___ Le mûrissement sur le plant ou en entrepôt
- ___ La propreté
- ___ La versatilité

Autres _____

4. L'ORGANISATION DE L'APPROVISIONNEMENT

22. Avec qui faites-vous affaire pour vos achats de fruits et légumes ?

	Frais (%)	Transformés (%)	Qui est-il?
Courtiers	___	___	___
Producteurs	___	___	___
Transformateurs	___	___	___
Grossistes généralistes	___	___	___
Marchés centraux	___	___	___
Magasins entrepôts	___	___	___
Grossistes spécialisés	___	___	___
Marché centraux	___	___	___
Magasins entrepôts	___	___	___

23. Quels sont vos critères pour le choix d'un fournisseur ?

- ___ Qualité du service
- ___ Qualité des produits
- ___ Fréquence de livraison
- ___ Proximité
- ___ Prix obtenus
- ___ Autres _____

_____

5. BESOINS FUTURS (NOUVELLES TENDANCES)- ATTENTES

24. Quels sont vos demandes, vos attentes et vos besoins, en matière de fruits et de légumes, que vous considérez comme non satisfaits par le marché quant au type de produit ?

_____

_____

25. Quels sont vos demandes, vos attentes et vos besoins, en matière de fruits et de légumes, que vous considérez comme non satisfaits par le marché quant à la disponibilité ?

_____

_____

6. PRODUITS QUÉBÉCOIS

26. Généralement, connaissez-vous la provenance de vos fruits et de vos légumes ?

☐ Oui ☐ Non

Celle-ci fait-elle partie de vos critères de choix ? *(Si vous n'y avez pas répondu au point 17.)*

☐ Oui ☐ Non

_____

27. Pouvez-vous évaluer en pourcentage la proportion de vos achats de fruits et de légumes qui sont des produits québécois ?

_____

_____

28. Selon vous, quels sont les principaux facteurs qui bloquent l'entrée des fruits et légumes québécois dans les HRI ?

☐ Offre en quantité insuffisante ☐ Qualité des produits

☐ Disponibilité saisonnière des produits ☐ Coût

Autres : _____

29. D'après vous, quelles sont les forces du secteur des fruits et légumes québécois ?

_____

_____

30. De quelle manière les producteurs et transformateurs québécois pourraient-ils s'assurer d'une plus grande présence (plus grand volume) dans votre organisation ?

_____

_____

Merci!
Votre collaboration nous est précieuse!

ANNEXE 2 - Guide d'entrevue - *Distributeurs des HRI*

SECTION 1 : Description de l 'entreprise

Entreprise : _____

Date de la rencontre : _____

Personne rencontrée : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____

Heure de début : _____ Heure de fin : _____ N° de questionnaire : _____

SECTION 2 : But de la rencontre

Cerner les besoins et les attentes du réseau des services alimentaires en matière d'approvisionnement en fruits et légumes, frais et transformés, et mieux connaître les sources d'approvisionnement.

SECTION 3 : Questionnaire

1. FONCTIONNEMENT DU DISTRIBUTEUR

** Commencer l'entrevue en s'informant sur le fonctionnement général du distributeur lui-même.*

1. Dans quel marché vous spécialisez-vous en ce qui concerne les produits ?

   _____

   _____

2. Quel type de fruits et légumes offrez-vous ?

   Frais ○ Frais coupés ○ Surgelés ○ Conserve ○

3. Avec qui faites-vous affaire pour vos achats de fruits et légumes ?

   _____

4. Quel marché desservez-vous en majeure partie?

   Détail ○ HRI ○ Hôtels ○ Restaurants ○ Institutions ○

5. Quelle est votre perception du marché des HRI ?

   _____

   _____

   _____

6. Est-ce qu'il y a chez vous une personne qui s'occupe prioritairement de traiter les demandes des HRI ?

_____

_____

2. LA DEMANDE DES SERVICES ALIMENTAIRES

7. Pourriez-vous nous renseigner sur :

   - la proportion de votre volume annuel de vente d'aliments à laquelle correspondent vos ventes de fruits et légumes en valeur :

     5 % ☐ 10 % ☐ 15 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ Autre ☐

     Y a-t-il eu une évolution de cette proportion au cours des cinq dernières années?

     ☐ Forte croissance ☐ Forte décroissance ☐ Stable

     ☐ Faible croissance ☐ Faible décroissance

     À titre indicatif :

     - votre volume annuel approximatif de ventes de fruits _____
     - votre volume annuel approximatif de ventes de légumes _____

8. D'après vous, quelles sont les tendances d'utilisation à moyen terme des HRI ?

	Croissance	Décroissance
Utilisation de légumes frais	☐	☐
Utilisation de légumes transformés	☐	☐
Utilisation de fruits frais	☐	☐
Utilisation de fruits transformés	☐	☐

Tout autre commentaire : _____

_____

_____

9. Quelle proportion de vos ventes mensuelles en fruits et légumes va aux produits frais, surgelés, en conserve et frais coupés ?

Produits frais

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits surgelés

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits en conserve

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

Produits frais coupés

5 % ☐ 10 % ☐ 25 % ☐ 50 % ☐ 75 % ☐ 90 % ☐ Autre _____

10. Quels produits distribuez-vous le plus dans les HRI en proportion de vos ventes de fruits et de légumes ?

Légumes	Frais	Surgelés	Conserve	Frais coupés
Pommes de terre	☐	☐	☐	☐
Tomates	☐	☐	☐	☐
Oignons	☐	☐	☐	☐
Laitues	☐	☐	☐	☐
Carottes	☐	☐	☐	☐
Choux-fleurs	☐	☐	☐	☐
Choux	☐	☐	☐	☐
Brocoli	☐	☐	☐	☐
Autres crucifères	☐	☐	☐	☐
Légumes exotiques	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐

Fruits	Frais	Surgelés	Conserve	Frais coupés
Pommes	☐	☐	☐	☐
Agrumes	☐	☐	☐	☐
Bananes	☐	☐	☐	☐
Petits fruits	☐	☐	☐	☐
Fruits tendres	☐	☐	☐	☐
Fruits exotiques	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐
Autres _____	☐	☐	☐	☐

Pouvez-vous décrire les fruits et légumes exotiques que vous offrez ?

Légumes exotiques : _____

_____

Fruits exotiques : _____

_____

11. Quels types de formats et d'emballages de fruits et légumes vos clients vous demandent-ils (format institutionnel, portion individuelle) ? _____

_____

12. Pour quelles raisons croyez-vous que vos clients ne demandent pas plus de fruits et de légumes frais ?

☐ Disponibilité ☐ Temps de préparation ☐ Coût/portion

☐ Fragilité ☐ Aspect phytosanitaire

_____

13. Pour quelles raisons croyez-vous que vos clients ne demandent pas plus de fruits et de légumes transformés (conserve, surgelés, frais coupés) ?

☐ Saveur ☐ Aspect ☐ Coût/portion ☐ Disponibilité

_____

3. FACTEURS INFLUENÇANT LA DÉCISION D'ACHAT DES SERVICES ALIMENTAIRES

14. D'après vous, quels sont les principaux facteurs qui influencent la décision d'achat de fruits et légumes des HRI en ordre d'importance ?

__ Les choix du regroupement d'achat ou de la compagnie
__ Le goût des clients
__ La qualité
__ La provenance
__ Le coût par portion
__ Les disponibilités du marché
__ La qualité du service des fournisseurs
__ L'augmentation de la valeur nutritive de l'assiette
__ La présentation de l'assiette

Autres _____

_____

15. Quels sont d'après vous les principaux critères de qualité des fruits et légumes en ordre d'importance ?

- ___ L'apparence
- ___ La facilité d'utilisation
- ___ La durée de conservation du produit
- ___ La fermeté
- ___ La fraîcheur
- ___ Le goût
- ___ La grosseur homogène
- ___ L'innocuité (sans pesticides, sans pathogènes)
- ___ Le mûrissement sur le plant ou en entrepôt
- ___ La propreté
- ___ La versatilité

Autres _____

4. L'APPROVISIONNEMENT

16. D'après vous, quels sont les critères de choix d'un fournisseur des HRI ?

- ___ Qualité du service
- ___ Qualité des produits
- ___ Fréquence de livraison
- ___ Proximité
- ___ Prix obtenus
- ___ Autres _____

_____

17. Est-ce que certaines exigences des HRI vous posent des problèmes et vous empêchent de répondre adéquatement à leurs demandes ?_____

_____

5. BESOINS FUTURS (NOUVELLES TENDANCES) -ATTENTES

18. Y a-t-il des types de produits que vos clients vous demandent et que vous n'êtes pas en mesure de leur fournir ? _____

_____

19. Y a-t-il des produits que vos clients vous demandent et que vous n'êtes pas en mesure de leur fournir parce qu'ils ne sont pas disponibles ? _____

_____

_____

6. PRODUITS QUÉBÉCOIS

20. Généralement, vos clients connaissent-ils la provenance des fruits et légumes qu'ils achètent ?

☐ Oui ☐ Non

Celle-ci fait-elle partie de leurs critères de choix ? *(Si vous n'avez pas répondu au point 17.)*

☐ Oui ☐ Non

---

21. Pouvez-vous évaluer en pourcentage la proportion de fruits et de légumes québécois qui composent leurs achats ? _____

23. Selon vous, quels sont les principaux facteurs qui bloquent l'entrée des fruits et légumes québécois dans les HRI ?

☐ Offre en quantité insuffisante ☐ Qualité des produits

☐ Disponibilité saisonnière des produits ☐ Coût

Autres : _____

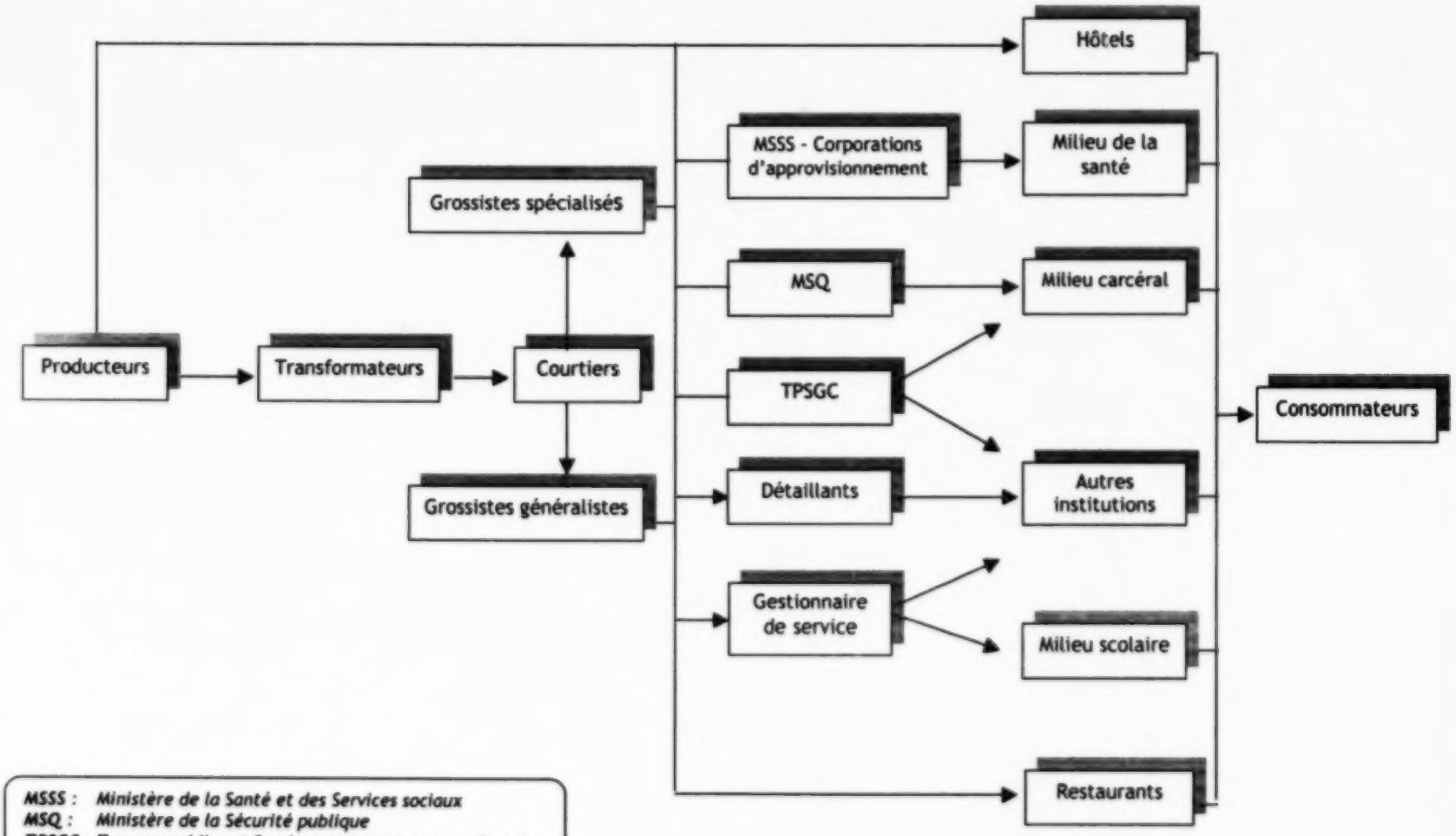
24. D'après vous, quelles sont les forces du secteur des fruits et légumes québécois ?

---

25. De quelle manière les producteurs et transformateurs québécois pourraient-ils s'assurer d'une plus grande présence (plus grand volume) dans les HRI ?

Merci!
Votre collaboration nous est précieuse!

ANNEXE 3 -*Organigramme de la distribution des fruits et légumes dans les HRI*



MSSS : Ministère de la Santé et des Services sociaux
MSQ : Ministère de la Sécurité publique
TPSGC : Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Source : Direction des études économiques et d'appui aux filières

ANNEXE 4 - *Tableau synthèse des constats*
Tableau comparatif

THÈME ABORDÉ	CRITÈRE	RESTAURATION	INSTITUTIONS			HÔTELLERIE*
			Milieu carcéral	Milieu santé	Milieu scolaire	
1. FONCTIONNEMENT DU SERVICE ALIMENTAIRE	Achats	Négocié par directeur des achats	Pris en charge par ministère (soumissions)	Corporation d'achat (S et C), chef du service de nutrition (F et FC) (soumissions)	Gestionnaire de service	Chef cuisinier
	Menu	Peu variable, quelques produits de saison	Variable selon saison	Variable selon saison	Peu variable	Très variable selon saison
	Présence de fruits et légumes dans menu	-	Légumes dans tous les repas (*Guide alimentaire canadien*, CSST)	Légumes dans tous les repas (*Guide alimentaire canadien*)	Légumes dans tous les repas (politique alimentaire)	Légumes dans tous les repas
2. CARACTÉRISATION DE LA DEMANDE	Part des achats, fruits et légumes	De 5 % à 25 %	15 %	25 %	20 %	10 %
	Types utilisés et tendance	F, C, S, F-C Tendance : frais coupé	F, C, S, F-C, D Tendance: surgelé et frais coupé	F, C, S, F-C, D	F, C ,S ,D Tendance: surgelé	F, S Tendance : frais, mini-légumes
	Formats	Institutionnels, «repack» et portions	Institutionnels et maison	Institutionnels et maison	Institutionnels, maison, «repack» et à l'unité	À la caisse et «repack»
3. DÉCISION D'ACHATS	Critères de choix	Qualité à prix abordable	Prix et rapport qualité prix (TPSGC)	Prix	Qualité à prix abordable	Qualité
	Critères de qualité	Constance, fraîcheur, durée de vie, facilité d'utilisation, goût, rendement, fermeté	Prix, grosseur uniforme (patate et tomate), facilité d'utilisation, durée de vie, fraîcheur, apparence	Prix, grosseur uniforme (patate et pomme), facilité d'utilisation, durée de vie, fraîcheur, apparence	Prix, grosseur uniforme (pomme), facilité d'utilisation, durée de vie, fraîcheur, apparence	Apparence, exempt de défauts, fraîcheur, fermeté, rapport qualité/prix
4. APPROVISIONNEMENT	Fournisseurs	Grossistes spécialisés et généralistes (fidélité)	Plus bas soumissionnaire et achats directs détaillants (TPSGC)	Plus bas soumissionnaire	Grossistes généralistes et spécialisés	Grossistes spécialisés et achats directs producteurs
	Critères de choix fournisseurs	Respect de la chaîne de froid, HACCP		Flexibilité heures de livraison, possibilité commander à l'unité (doit être accrédité)	Flexibilité heures de livraison, possibilité commander à l'unité	Service, qualité des produits
5. BESOINS FUTURS		• Choux d'hiver disponible 12 mois • Bâtonnets céleri qui ne s'oxyde pas • Mélange brocoli / choux-fleur en portion assiette	• Produits frais coupés meilleure conservation	• Purée de légumes surgelée • Brocoli texture non caoutchouteuse	• Légumes en portions collations autres que carottes • Légumes surgelés coupe plus grosse (style fajitas)	• Mini-légumes cœurs moins ligneux • Fleurs comestibles goût prononcé (ex. citronné)
6. PRODUITS QUÉBÉCOIS	Niveau de connaissance de la provenance	Connue	Peu connue	Peu connue	Peu connue	Connue
	Achats québécois	Volonté	Volonté	Volonté	Volonté	Volonté
PROBLÉMATIQUES SPÉCIFIQUES		• Conservation laitue romaine et produits pré-coupés • Tomates trop aqueuses • Propreté des produits • Goût de la carotte de sols organiques	• Conservation des laitues et des produits pré-coupés • Propreté des laitues			

F-C = frais coupé, S = surgelé, D = déshydraté, F = frais, C = conserve

Ministère
de l'Agriculture,
des Pêcheries
et de l'Alimentation
Québec